

GARAGE SALE SEBAGAI SALAH SATU PELUANG BERWIRAUSAHA BAGI MAHASISWA

Anis Khoirunnisa'

Mahasiswi S1 Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

Chaiesa@ymail.com

Yulistiana

Dosen Pembimbing PKK, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

nana_yulis@yahoo.com

Abstrak

Garage Sale pada esensinya adalah menjual barang-barang bekas yang sudah tidak digunakan lagi, tetapi dalam keadaan yang masih cukup baik. sesuai dengan berjalannya waktu usaha *garage sale* ini semakin berkembang dikalangan mahasiswa. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui usaha *garage sale* dapat dijadikan sebagai peluang berwirausaha bagi mahasiswa, untuk mengetahui cara mahasiswa menjalankan strategi usaha *garage sale*, dan faktor-faktor yang mendukung mahasiswa memilih usaha *garage sale* dalam berwirausaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan usaha *garage sale* sebagai peluang berwirausaha bagi mahasiswa dengan teknik pengumpulan data yang berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan triangulasi yaitu pengecekan kesahihan data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda dan menggunakan *skala Guttman* untuk menganalisis faktor pendukung. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data sebagai berikut *Garage Sale* dapat dijadikan sebagai peluang berwirausaha bagi mahasiswa karena memiliki beberapa keuntungan yang menarik bagi mahasiswa salah satunya yaitu keunikan penataan *store* secara unik dan kreatif, strategi dalam menjalankan usaha *garage sale* bagi mahasiswa melalui analisis SWOT dan studi kelayakan usaha *garage sale*, dan Faktor-faktor yang mendukung Mahasiswa memilih Usaha *Garage Sale* yaitu faktor Internal yang meliputi faktor intelegensi, motivasi, cita-cita-cita, bakat, sikap, personal, dan kreativitas. untuk faktor eksternal meliputi faktor peran, aktivitas, pesaing, modal dan peluang.

Kata Kunci : *Garage sale, peluang usaha, mahasiswa.*

Abstract

Garage sale is essentially selling goods secondhand that are not used, but in a state that is still good quality. in accordance with the passage of time *garage sale* business is growing among students so that these efforts can be used as opportunities for entrepreneurship for students. The purpose of this research are to find out that *garage sale* may be an opportunity for university student entrepreneurship, to find out how students execute business strategy *garage sale*, and the factors that support the students choose a business *garage sale* in entrepreneurship. This research uses qualitative methods with data collection techniques which are interview, observation, and documentation. Data analysis uses triangulation is checking the validity of the data by checking the data to the same source with different techniques and using Guttman scale to analyze the contributing factors. Based on the results obtained the following data *Garage Sale* can be used as opportunities for entrepreneurship for students because it has several advantages that appeal to students one of which is the unique arrangement of store is unique and creative , strategy of operating a *garage sale* to students through SWOT analysis and feasibility study *garage sale* , and the factors that support student chose Enterprises *Garage Sale*: factors Internal factors include intelligence , motivation , ideals - ideals , talent , attitude , personal , and creativity . External factors include the factors roles , activities , competitors , capital and opportunities.

Keywords: *Garage Sale, entrepreneur opportunity, university student*

PENDAHULUAN

Keterbatasan kesempatan kerja bagi masyarakat di Indonesia sudah menjadi masalah yang belum bisa teratasi secara keseluruhan khususnya para lulusan perguruan tinggi dengan semakin meningkatnya jumlah pengangguran intelektual belakangan ini. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengangguran dengan lulusan sarjana. Kondisi ini akan semakin diperburuk dengan

banyaknya situasi seperti pemecatan buruh di berbagai perusahaan, Suharyadi (2007: 13). Oleh karena itu setiap orang khususnya mahasiswa perlu diarahkan dan didukung untuk tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*) namun dapat dan siap menjadi pencipta lapangan pekerjaan (*job creator*) juga.

Mahasiswa merupakan orang yang menuntut ilmu atau belajar di perguruan tinggi, baik itu di universitas,

institut ataupun akademi. Mereka ialah orang-orang yang terdaftar sebagai murid di suatu perguruan yang diharapkan mampu menjalankan peranan dan fungsi sebagai mahasiswa salah satunya adalah *agent of change* yang berarti menjadi seorang yang dapat memberikan solusi bagi permasalahan diri sendiri ataupun oleh suatu masyarakat. Saat ini, aktivitas sebagai mahasiswa bukan semata-mata hanya melakukan rutinitas seperti halnya kuliah dan praktikum. Namun seorang mahasiswa juga diharapkan untuk mampu mengekspresikan dirinya dalam berbagai bentuk kegiatan yang bermanfaat terutama untuk persiapan setelah lulus kuliah ataupun sebagai penambah penghasilan untuk memenuhi kebutuhan. Banyak kegiatan selain kuliah yang bisa dilakukan oleh mahasiswa, antara lain aktif organisasi intra kampus maupun ekstrakampus. Bahkan, disaat ini tidak sedikit mahasiswa yang memilih mencari bisnis sampingan. Bukan sekedar untuk mencari sebuah keuntungan atau tambahan biaya sehari-hari namun juga sebagai bentuk perencanaan awal terhadap diri sendiri sebelum memasuki “dunia sebenarnya” setelah lulus dari kuliah.

Peluang bisnis merupakan sebuah kesempatan untuk memulai atau menjalankan sebuah ide bisnis menjadi sebuah usaha atau bisnis yang nyata. Sebagai seorang mahasiswa yang terjun dalam *entrepreneur* langkah yang harus dilakukan pertama kali adalah mengenali peluang usaha. Sebagaimana yang telah disebutkan oleh Ambadar, dkk (2010 : 33) bahwa ada tiga cara yang dapat merubah suatu ide menjadi sebuah peluang usaha, diantaranya ide dapat diperoleh dan dikelola dengan memenuhi kebutuhan yang ada disekitar, ide dapat dihasilkan dengan cara menciptakan produk baru, dan ide yang dapat dihasilkan dalam bentuk modifikasi antara ide pemula dan pesaing sehingga membentuk usaha yang baru

Sesuai dengan pernyataan Ambadar diatas, maka diharapkan para mahasiswa yang memilih untuk berwirausaha dapat membaca peluang yang ada disekitar lingkungan dengan cara mengamati apa yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat atau teman yang ada disekitar lingkungan. Salah satunya adalah kebutuhan berpakaian, kebutuhan ini merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi manusia dalam menjalankan kehidupannya selain itu karena pakaian merupakan ekspresi tentang gaya hidup. sehingga pemilihan usaha dalam bidang busana memiliki prospek yang bagus dan juga menjajikan. Namun Sebagai mahasiswa yang ingin memulai berwirausaha dibidang fashion sangat tidak mudah untuk memulainya karena tidak sedikit modal yang dibutuhkan dalam mempersiapkan fasilitas dan kebutuhannya, sehingga mahasiswa lebih memilih untuk menjual busana-busana *second* atau bekas yang sekarang sangat terkenal dengan sebutan “*Garage sale*” artinya menjual barang-barang *second*, setelah melakukan penelitian ternyata tidak semua barang *second* ditawarkan di *Garage sale*, kebanyakan barang-barang yang ditawarkan adalah barang fashion seperti pakaian, sepatu, dan tas *second* yang dijual di *Garage sale*.

Pemilihan usaha menjual pakaian bekas ini dilatar belakangi oleh adanya kebutuhan masyarakat akan barang-barang *second* cukup tinggi karena harga jual barang-barang *second* jauh dibawah harga yang baru (menurut echa salah satu penjual *Garage sale*). Bahkan untuk beberapa barang, terdapat barang yang masih memiliki kualitas yang bisa dibandingkan dengan barang yang baru. Jadi, selain modal yang diperlukan relative minimalis, pengelolaan dari usaha *Garage sale* juga sangat sederhana dan mudah untuk dipelajari untuk seorang mahasiswa sehingga usaha ini sangat cocok dijadikan sebagai pilihan alternatif para mahasiswa sebagai peluang usaha. dengan adanya hal diatas maka peneliti melakukan pengamatan dan penelitian mengenai peluang usaha *Garage sale* dengan mengambil Judul “*Garage Sale Sebagai Salah Satu Bentukpeluang Berwirausaha Bagi Mahasiswa*”

METODE PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Maka rancangan penelitian yang dipergunakan adalah rancangan penelitian deskriptif kualitatif yaitu tentang usaha *garage sale* sebagai peluang berwirausaha bagi mahasiswa. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai peluang usaha *garage sale*, strategi usaha *garage sale* dan faktor-faktor yang mendukung usaha *garage sale* bagi mahasiswa secara jelas dan terperinci.

Sasaran dari penelitian ini adalah mahasiswa pengusaha *garage sale* yang berjualan di tiga lokasi yaitu Sunday Marjet Sutos, Car Free day Taman Bungkul dan Pasar Kreatif ITS. Adapun teknik pengumpulan data pada tahapan penelitian ini agar diperoleh data yang valid dan bisa dipertanggung jawabkan, maka data diperoleh melalui:

1. Wawancara:

Wawancara ini ditujukan kepada tiga narasumber yaitu Chonila, Ayu, dan Echa yang berprofesi sebagai mahasiswa pengusaha *garage sale*. tiga narasumber dipilih sebagai informan karena narasumber tersebut pernah menjual *garage sale* ditiga lokasi penelitian.

2. Angket

Pada penelitian ini angket diberikan kepada 20 responden mahasiswa yang berprofesi sebagai penjual *garage sale* disalah satu lokasi penelitian.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Sedangkan untuk instrumen angket menggunakan skala *Guttman* dimana hanya terdapat dua jawaban “ya” dan “tidak” dari setiap pernyataan yang harus dijawab responden

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Garage sale* dapat dijadikan sebagai Peluang Berwirausaha bagi Mahasiswa

Garage sale pada esensinya adalah menjual barang-barang bekas yang sudah tidak digunakan lagi, tetapi dengan keadaan yang masih baik dan layak untuk dijual. berikut pernyataan dari 3 narasumber mengenai definisi usaha *Garage sale*:

- Menurut Ayu usaha *Garage sale* merupakan usaha yang menjual barang-barang bekas terutama pakaian, namun bukan hanya pakaian bekas saja yang dijual ada beberapa baju yang masih baru dijual secara *sale* atau obral karena baju tersebut merupakan stock lama yang belum terjual.
- Menurut Echa memiliki *Garage sale* merupakan usaha yang menjual barang-barang *second hand* khususnya produk fashion wanita mulai dari baju, sepatu, tas, dan aksesoris yang barangnya tidak banyak dijual di mall atau pasar lagi.
- Menurut Chonila, *Garage sale* merupakan usaha dibidang fashion yang menjual barang-barang bekas namun khusus model lama atau lebih dikenal dengan model *vintage* yang tidak banyak dijual di mall atau toko-toko lain.

Beberapa alasan dari narasumber memilih usaha *garage sale* sebagai peluang berwirausaha.

- Membantu memenuhi kebutuhan biaya yang berhubungan dengan perkuliahan
- Membantu memenuhi kebutuahn sehari-hari
- Membantu memenuhi kebutuhan tersier sebagai mahasiswa seperti jalan-jalan, nongkrong, dll
- Menambah jaringan pertemanan dengan orang-orang baru antar kampus
- Tidak ada ketentuan waktu untuk membuka usaha ini sehingga tidak mengganggu kegiatan perkuliahan sebagai seorang mahasiswa
- dapat menjalin hubungan baik dengan orang lain karena telah membantu menjualkan barang-barang miliknya
- dijadikan sebagai pembelajaran awal bagi diri sendiri agar dimasa depan nanti dapat mengelola usaha yang lebih besar lagi.
- menjadi lebih bertanggung jawab atas tindakan dan keputusan yang diambil
- dapat menjual barang-barang yang sudah tidak terpakai dan menghasilkan uang
- melatih mental sebagai seorang wirausahawan
- bisa selalu up to date tentang fashion
- tidak membutuhkan banyak modal
- dapat mempermudah penjualan barang stock lama karena harga relatif murah
- masih banyak peminat busana *vintage*
- memiliki keunikan dari segi penampilan Display stand yang dapat menarik konsumen

Setelah melakukan observasi di tiga lokasi yang berbeda yaitu di Surabaya Town Square, Taman Bungkul dan Pasar Kreatif ITS ternyata memiliki perbedaan. Berikut klasifikasi perbedaan dari kegiatan

usaha Barang bekas dilihat dari produk, harga, tempat, waktu, penjual dan media promosi:

a. *Sunday Market* di Surabaya *Town Square Mall* (Sutos)

Tabel 1. *Garage sale Sunday Market* di Sutos

| <i>Garage sale</i> | |
|--------------------|---|
| Produk | <ol style="list-style-type: none"> Produk yang dijual adalah barang-barang fashion laki-laki atau perempuan, mulai dari baju, celana, jilbab, sepatu, tas, jam tangan, dan aksesoris lainnya. Produk yang dijual kebanyakan adalah baju-baju bekas milik pribadi bukan barang impor dari luar negeri. |
| Konsep | <ol style="list-style-type: none"> Konsep Penjualan Kreatif karena display dari setiap stand disesuaikan dengan tema yang digunakan dalam event Konsep setiap stand sangat menarik karena ditata secara unik sehingga dapat menarik pembeli |
| Harga | <ol style="list-style-type: none"> Harga yang ditawarkan adalah harga pas yang tidak bisa ditawar karena penyewaan dari stand mahal yaitu 500rb Harga rata-rata diatas 35rb |
| Waktu | <ol style="list-style-type: none"> Kegiatan <i>Garage sale</i> di Sutos dilaksanakan 3 bulan sekali pada hari sabtu dan minggu Menggunakan media promosi yang unik seperti banner, papan tulis, kartu nama, dll. |
| Promosi | <ol style="list-style-type: none"> Menggunakan media promosi yang unik seperti banner, papan tulis, kartu nama, dll |
| Penjual | <ol style="list-style-type: none"> Penjual berstatus sebagai mahasiswa namun juga ada beberapa dari komunitas ibu-ibu sosialita |



Gambar 1. *Sunday Market* Surabaya Vol. 7

b. *Garage sale* di Kegiatan *Caf Free Day* Taman Bungkul Surabaya

Tabel 2. *Garage sale* Car Free Day Taman Bungkul

| <i>Garage sale</i> | |
|--------------------|---|
| Produk | 1. Produk yang dijual adalah barang-barang fashion wanita terutama hanya pakaian. 2. Produk yang dijual kebanyakan adalah baju-baju bekas impor kemudian dijual lagi |
| Konsep | 3. Konsep Penjualan bervariasi, ada yang dijual secara awal-awal, ada yang dijual menggunakan standing hanger seadanya namun ada yang menjual dengan stand yang unik. |
| Harga | 4. Harga yang ditawarkan cukup murah sekitar 15rb ke atas, namun ada juga stand yang menjual barang dengan harga diatas 50rb. 5. Harga dapat ditawar |
| Waktu | 6. Kegiatan ini dilaksanakan pada setiap hari minggu pagi di taman bungkul |
| Promosi | 7. Menggunakan media promosi seadanya namun juga ada yang menggunakan media promosi dengan papan tulis. |
| Penjual | 8. Penjual <i>Garage sale</i> kebanyakan mahasiswa, namun juga ada beberapa ibu-ibu yang ikut menjual <i>Garage sale</i> . |

Gambar 2. *Garage sale* di Kegiatan *Caf Free Day* Taman Bungkul Surabaya

c. *Garage sale* di Pasar Kreatif ITS

Tabel 3. *Garage sale* di Pasar Kreatif ITS

| <i>Garage sale</i> | |
|--------------------|--|
| Produk | 1. Penjual <i>Garage sale</i> kebanyakan mahasiswa, namun juga ada beberapa ibu-ibu yang ikut menjual <i>Garage sale</i> . |

| <i>Garage sale</i> | |
|--------------------|--|
| Konsep | 2. Konsep Penjualan mirip dengan konsep penjualan diacara Sunday market sutos, menggunakan display yang unik dan kreatif Penjual dapat menghias stand secara bebas karena tidak terikat dengan tema penyelenggara. |
| Harga | 3. Harga yang ditawarkan cukup murah sekitar 20rb sampai 35rb 4. Harga masih bisa ditawar |
| Waktu | 5. Kegiatan pasar kreatif ini dilaksanakan satu tahun sekali yaitu awal ajaran baru. |
| Promosi | 6. Penjual <i>Garage sale</i> di pasar kreatif semua adalah mahasiswa dari ITS |
| Penjual | 7. Penjual <i>Garage sale</i> di pasar kreatif semua adalah mahasiswa dari ITS |

Gambar 3. *Garage sale* di Pasar Kreatif ITS

2. Strategi dalam menjalankan Usaha *Garage sale* bagi Mahasiswa

Menurut Tjiptono (2002: 8) strategi merupakan menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi Sedangkan menurut Kotler (2008: 25) strategi adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga keserasian antara tujuan perusahaan, sumber daya perusahaan, dan peluang pasar yang terus berubah dengan tujuan untuk membentuk dan menyesuaikan usaha perusahaan dan produk yang dihasilkan sehingga bisa mencapai keuntungan dan tingkat pertumbuhan yang menguntungkan. Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian strategi merupakan proses yang diawali dengan sebuah rencana untuk dapat mencapai tujuan atau cita-cita perusahaan sehingga mendapatkan keuntungan.

Menentukan usaha baru atau membuka sebuah usaha baru hal, yang harus dilakukan adalah menentukan dan memperhitungkan strategi secara matang salah satunya dengan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan teknik historis yang terkenal dimana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat

mengenai situasi strategi perusahaan, Pearce (2008: 200). berdasarkan hasil wawancara dengan tiga narasumber diperoleh analisis SWOT usaha *garage sale* sebagai berikut :

Tabel 4. Analisis SWOT Usaha *Garage sale* bagi Mahasiswa

| SWOT | Analisis |
|---------------------------------|--|
| <i>Strenght</i> (Kekuatan) | 1. Memenuhi kebutuhan sandang dengan harga relatif murah 2. Bersifat flexible tidak ada ketentuan waktu sehingga tidak mengganggu kuliah mahasiswa 3. Tidak membutuhkan banyak modal 4. Sistem penjualan yang sederhana dan mudah |
| <i>Weakness</i> (Kelemahan) | 5. Penyetok terbatas 6. model produk yang terbatas |
| <i>Opportunity</i> (Peluang) | 7. Perputaran fashion yang semakin cepat berubah dan berkembang 8. produk baju unik dan <i>limitid editoin</i> |
| <i>Threat</i> (Ancaman) | 9. Adanya wacana kebijakan pemerintah yang melarang penjualan baju second import |

Setelah melakukan tindakan analisis SWOT, terdapat beberapa strategi khusus dalam menjalankan usaha *Garage sale*, yaitu :

- Menentukan pangsa pasar yang akan dituju. menentukan pangsa pasar merupakan hal pokok untuk mengawali usaha *Garage sale*, karena dengan mengetahui pasar akan lebih mudah untuk menentukan produk, lokasi, konsep, dan media promosi dalam penjualan.
 - Memperbanyak jaringan penyetok barang merupakan strategi yang cukup bagus. Hal ini karena dengan memperbanyak jaringan akan mempermudah dalam mendapatkan barang yang bervariasi baik dari segi merek maupun harga. Konsumen juga lebih menyukai barang yang bervariasi karena dinilai lebih *fresh* sehingga dapat mengikuti model yang sedang laris di pasaran
 - Menerapkan konsep "*Buy one get one free*" agar barang lama segera dapat terjual dan dapat diganti dengan stok barang baru. Konsep ini menjadikan konsumen lebih tertarik.
- 3. Faktor-faktor yang Mendukung Mahasiswa Memilih Usaha *Garage sale* dalam Berwirausaha**

Alma (2007:9) menyatakan bahwa terdapat 3 faktor kritis yang berperan dalam minat berwirausaha, yaitu:

- Faktor *personal* yaitu menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang seperti kesenangan, hobi, tantangan, atau kepuasan pribadi dan melakukan kreatifitas

- Faktor *sociological* yaitu menyangkut ,adalah hubungan dengan family dan hubungan sosial lainnya. Alma (2007: 7) menyatakan masalah hubungan family ini dapat dilihat dari orang tua, pekerjaan, dan status sosial
- Faktor *environmental* adalah menyangkut hubungan dengan lingkungan. Suryana (2008: 63) menyatakan faktor yang berasal dari lingkungan di antaranya adalah model peran, peluang, aktivitas, selain itu dipengaruhi juga oleh pesaing, sumber daya, dan kebijakan pemerintah.

Selain itu menurut Tjahjono dalam Suryana (2008: 46) juga menjelaskan bahwa bagi banyak orang keputusan untuk berwirausaha merupakan perilaku dengan keterlibatan (*high involvement*) yang akan melibatkan beberapa faktor diantaranya yaitu :

- Faktor Internal
menurut Jamaludin (dalam Mahardika, 2011:27) faktor internal dibagi menjadi 2 yaitu faktor fisiologis dan faktor psikologis. faktor fisiologis terdiri dari tubuh, usia, dan panca indera yang mempengaruhi kinerja seseorang, sedangkan faktor psikologis terdiri dari bakat, motivasi, intelegensi.
- Faktor Eksternal
faktor ini terdiri dari faktor sosial yang meliputi pendidik, keluarga, lingkungan, dan teman.

Tabel 6. Faktor Internal dan Faktor Eksternal

| No | Faktor Internal | No | Faktor Eksternal |
|----|-----------------|----|----------------------|
| 1. | Usia | 11 | Peran |
| 2. | Mental | 12 | Lingkungan |
| 3. | Intelegensi | 13 | Aktivitas |
| 4 | Motivasi | 14 | Pesaing |
| 5 | Cita-Cita | 15 | Sumber daya |
| 6 | Bakat | 16 | Kebijakan pemerintah |
| 7 | Hobi | 17 | Keluarga |
| 8 | Kepribadian | 18 | Modal |
| 9 | Personal | 19 | Peluang |
| 10 | Kreatifitas | 20 | Sarana Prasarana |

Tabel 7. Data Hasil Rekapitulasi Faktor Internal

| No | Faktor Internal | Persentase |
|----|-----------------|------------|
| 1 | Usia | 70% |
| 2 | Mental | 72,5% |
| 3 | Intelegensi | 87,5% |
| 4 | Motivasi | 92,5% |
| 5 | Cita-cita | 85% |
| 6 | Bakat | 82,5% |
| 7 | Hobi | 67,5% |
| 8 | Sikap | 85% |
| 9 | Personal | 87,5% |
| 10 | Kreatifitas | 80% |

Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih *Garage sale* sebagai peluang untuk berwirausaha terdiri dari faktor

internal dan eksternal. Hal ini sesuai dengan pendapat David C. Mclelland dalam Suryana (2008:62) yang mengemukakan bahwa kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Sesuai dengan tabel 4.1. Data Hasil Rekapitulasi Faktor Internal terlihat bahwa terdapat 7 faktor yang memiliki persentase lebih dari 75%, yaitu :

- 1) Faktor intelegensi
- 2) Faktor motivasi
- 3) Faktor cita-cita
- 4) Faktor bakat
- 5) Faktor sikap
- 6) Faktor personal
- 7) Faktor kreativitas

Tabel 8. Data Hasil Rekapitulasi Faktor Eksternal

| No | Faktor Internal | prosentase |
|----|----------------------|------------|
| 1 | Peran | 75% |
| 2 | Lingkungan | 57,5% |
| 3 | Aktivitas | 85% |
| 4 | Pesaing | 77,5% |
| 5 | Sumber Daya | 70% |
| 6 | Kebijakan Pemerintah | 62,5% |
| 7 | Keluarga | 47,5% |
| 8 | Modal | 80% |
| 9 | Peluang | 87,5% |
| 10 | Sarana dan Prasarana | 57,5% |

Sedangkan untuk faktor eksternal pada tabel 4.2. Data Hasil Rekapitulasi Faktor Eksternal terlihat bahwa terdapat 5 faktor yang menunjukkan bahwa faktor tersebut mempengaruhi mahasiswa memilih usaha *Garage sale* sebagai peluang berwirausaha, yaitu:

- 1) faktor peran
- 2) faktor aktivitas
- 3) faktor pesaing
- 4) faktor modal
- 5) faktor peluang

PENUTUP

Simpulan

Dari hasil Penelitian yang dilakukan berdasarkan data-data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa usaha *Garage sale* merupakan salah satu usaha yang memiliki prospek yang bagus kedepannya sehingga dapat dijadikan sebagai peluang berwirausaha khususnya bagi mahasiswa. Hal ini dikarenakan:

1. *Garage sale* dapat dijadikan sebagai Peluang Berwirausaha bagi Mahasiswa

Usaha *Garage sale* merupakan usaha barang second yang paling unik dibanding dengan usaha barang bekas lainnya, yaitu Usaha yang menjual barang bekas khusus produk fashion dengan konsep penjualan yang dikemas secara menarik dengan display yang unik serta menggunakan tema-tema tertentu sehingga usaha ini sangat cocok bagi mahasiswa karena dengan usaha ini mahasiswa dapat mengekspresikan kreatifitasnya. Usaha *Garage sale* memiliki beberapa keuntungan yang

menarik bagi mahasiswa sehingga usaha ini dapat dijadikan sebagai peluang usaha bagi mahasiswa untuk memulai berwirausaha.

2. Strategi dalam Menjalankan Usaha *Grage Sale* bagi Mahasiswa

Strategi khusus dalam menjalankan usaha *Garage sale* dimulai dengan menganalisis SWOT usaha *Garage sale*, kemudian dilanjutkan menentukan pasar konsumen yang akan dituju, memperbanyak jaringan penyetok barang bekas, dan menerapkan konsep penjualan yang unik seperti memberikan discount atau konsep “*buy one get one free*”

3. Faktor yang Mendukung Mahasiswa Memilih Usaha *Garage sale* dalam Berwirausaha

Adapun faktor-faktor lain yang melatarbelakangi mahasiswa memilih usaha *Garage sale* sebagai peluang berwirausaha yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari : Faktor intelegensi, motivasi, cita-cita, bakat, sikap, personal, kreativitas. Sedangkan untuk faktor eksternal terdiri dari faktor peran, aktivitas, pesaing, modal dan peluang..

Saran

1. Bagi mahasiswa yang ingin memulai berwirausaha diharapkan mampu mengenali terlebih dahulu usaha yang ingin dituju dengan cara menganalisis SWOT usaha atau study kelayakan seperti yang dilakukan oleh beberapa pengusaha *garage sale* agar mendapat
2. Bagi penjual *garage sale* sebaiknya memperbanyak menjual barang-barang bekas bukan barang baru agar tidak merubah ciri khas dari *garage sale* itu sendiri yaitu menjual barang bekas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta
- Ambadar, Jackie, dkk. 2010. *Dari Peluang Menjadi Usaha: Seri Manual Usaha Praktis*. Jakarta Selatan: Kaifa
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta : Erlangga
- Mahardika. Ardila. 2011. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sifat Pengungkapan Sukarela Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Skripsi Pasca sarjana Jurusn Akutansi Fakultas Ekonomi Undip Semarang
- Pearce, John. 2008. *Manajemen Strategis Formulasi, Implemenrasi, dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat
- Suharyadi, Nugroho A, dkk. 2007. *Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Dini*. Jakarta : Salemba empat
- Suryana. 2008. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat